



ISSN: 2651-2742
2023 - Cilt: 6 Sayı: 2
Sayfa: 94-115

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 26.11.2023

Düzeltilme Tarihi: 19.12.2021

Kabul Tarihi: 21.12.2023

Araştırma Makalesi (Research Article)

**SAĞLIK TURİSTLERİNİN TÜRKİYE'Yİ SEÇME MOTİVASYONLARI ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA: ARAP TURİST PERSPEKTİFİ**

A Research on Motivations of Health Tourists Choosing Turkey: An Arab Tourist Perspective

Ümit ŞENGEL*

Usame ŞEYHO

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Öz

Sağlık turizmi, uluslararası turizm hareketlerinin önemli bir parçası olarak son yıllarda hızlı bir şekilde gelişim gösteren ve büyüyen, ülke ekonomileri için stratejik hale gelen bir sektör olmuştur. Tedavide bekleme sürelerinin uzun olması, bazı tedavilerin birçok ülkede sigorta kapsamında olmaması, fiyatların yüksek olması veya istenen tedaviler ile ilgili hizmet veren uzman doktorların azlığı gibi sebepler insanları tedaviyi kendi yaşadıkları yerlerin dışında aramaya yönlendirmiştir. Bu bilgiler ışığında, çalışmada Türkiye'ye özellikle Arap ülkelerinden gelen turistlerin tercihlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme yöntemi kullanılmıştır. Çeşitli nedenlerle tedavi olmak için Türkiye'yi tercih eden 30 katılımcıyla mülakatlar yapılmıştır. Yapılan içerik analizinde 8 tema ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye'yi sağlık turizmi amacıyla tercih eden Arap turistlerin tercihlerini etkileyen faktörler sırasıyla; Türkiye'nin medikal (tıbbi) turizmde önemli bir destinasyon olması, sağlık hizmetlerinin kaliteli olması, memnuniyet, tedavi maliyetlerinin uygun olması, tavsiye, profesyonel danışmanlık hizmetleri, kültürel yakınlık ve doğal ve tarihi güzelliklerin olmasıdır. Bu bulgular ışığında sağlık turizmi ile ilgili tanıtım ve reklam çalışmalarına önem verilmesi, üçüncü yaş ve termal turizm ile ilgili planlar stratejilerin geliştirilmesi, sağlık turizmi hizmeti veren kuruluşların fiyat denetiminin yapılması, yabancı dil bilen personel yetiştirilmesi, Körfez ülkelerinden turist çekimi için pazar araştırmasının yapılması ve uluslararası sağlık kuruluşlarıyla entegre olmak ve akreditasyon çalışmalarına önem verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Arap Turist, Turist Tercihi Türkiye

* Sorumlu Yazar: umitsengel@gmail.com

Önerilen Atıf: Şengel Ü. ve Şeyho U. (2023). Sağlık Turistlerinin Türkiye'yi Seçme Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma: Arap Turist Perspektifi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(2), 94-115.

ABSTRACT

Health tourism, as an important part of international tourism movements, has become a sector that has developed and grown rapidly in recent years and has become strategic for country economies. Reasons such as long waiting times for treatment, some treatments not being covered by insurance in many countries, high prices, or the scarcity of specialist doctors providing services related to the desired treatments have led people to seek treatment outside their own places of residence. In the light of this information, the study aims to examine the factors affecting the preferences of tourists coming to Turkey, especially from Arab countries. In this study, the interview method, one of the qualitative research methods, was used. Interviews were conducted with 30 participants who preferred Turkey to receive treatment for various reasons. 8 themes were revealed in the content analysis. According to the research results, the factors affecting the preferences of Arab tourists who prefer Turkey for health tourism are; The fact that Turkey is an important destination in medical tourism is due to the quality of health services, satisfaction, affordable treatment costs, advice, professional consultancy services, cultural proximity and natural and historical beauties. In the light of these findings, giving importance to promotion and advertising activities related to health tourism, developing plans and strategies regarding third-age and thermal tourism, conducting price audits of organizations providing health tourism services, training foreign language-speaking personnel, conducting market research to attract tourists from Gulf countries and international It is recommended to integrate with health institutions and give importance to accreditation studies.

Key words: Health Tourism, Arab Tourist, Tourist Preference Türkiye

1. GİRİŞ

Turizm endüstrisi, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen endüstrilerin başında gelmektedir. Son yıllarda insanların yaşam biçimlerinde meydana gelen değişiklikler ile ekonomik, sosyal, kültürel etkileşimler uluslararası turizm hareketlerinin artmasında etkili olmuştur. Endüstri, özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomilerine sağladığı büyük katkı ve döviz girdilerini artırma, ülkelere rekabet avantajı sağlama, politik ve sosyal güç dengelerini değiştirmede bir güç kaynağı olmuştur. Özetle turizm ekonomik, sosyal, kültürel veya çevresel gibi pek çok bakımdan toplumların gelişimine katkı sağlayan bir güç haline gelmiştir (Batman, 2015).

Ülkeler arasındaki ilişkilerin olumlu veya olumsuz olması, turizm hareketliliğini otomatik olarak etkilemektedir. Turistik çekim merkezlerine sahip ülkeler, turist çekebilmek için farklı yollar ve stratejileri uygulamaktadır. Doğrudan ve dolaylı olarak üretime katkı sağlayan turizm endüstrisini oluşturan temel unsur insandır. İnsanlar geçmişten beri buldukları yerlerden başka yerlere gitme motivasyonu taşımıştır. Bu yer değiştirme olayı eskiden beri var olan bir durumdur. Gezip görme, eğlenme, öğrenme gibi sosyal veya kültürel amaçların nedenleri arasındadır. Nedenleri, çeşitleri ve kullanılan araçları itibarıyla da zaman geçtikçe değişim ve gelişim göstermiştir.

Turizmdeki gelişmeler neticesinde turizmle ilgili farklı alan ve disiplinlerde de gelişmeler yaşanmaktadır. Sağlık turizmi de bunlardan biridir. Sağlık turizmi, dünya genelinde gelişmeye devam eden ve ülkeler için stratejik bir gelir kaynağı haline gelen bir alandır. Sağlık turizmi, insanların sürekli yaşadıkları yerlerden o hizmetin sunulduğu yerlere tedavi olmak amacıyla geçici olarak gitmelerinden doğan faaliyetlerdir. Turizmin genel özelliklerinden biri

olan mevsimsel dalgalanmanın, sağlık turizminde yaşanmaması sağlık turizmi açısından bir avantaj olarak ele alınabilir (Ağaoğlu vd., 2019). Sağlık turizminin gelişmesinde en çok etkili olan nedenlerden biri de gelişmiş ülkelerdeki bekleme sürelerinin uzun olması ile tedavi süreç ve maliyetlerinin yüksek olmasıdır (Yıldırım ve Altunkaya, 2006).

Bu durumda gelişmiş ülke vatandaşlarının sağlık turizmi konusunda daha uygun fiyat avantajı olan, bekleme sürelerinin az olduğu ve bu hizmet kalitesi yüksek olan gelişmekte olan (özellikle Ortadoğu ve Asya) ülkeleri tercih etmelerini sağlamıştır. Aynı zamanda gelişmemiş olan ülkelerde yaşayan insanların kaliteli sağlık hizmetine erişimlerinin az olması, hem tedavi hizmetini alırken tatil yapma istekleri de ortaya çıkmaktadır. Bu durum turistlerin günlük yaptıkları harcamaların ve turizmden elde edilen gelirin artmasını sağlamaktadır (Somuncu, 2003).

Küreselleşme, internetin yaygınlaşması ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile mesafelerin kısalması, ulaşım imkanlarının artması, bilgiye ulaşmanın daha da kolaylaşmasını sağlamıştır. Gelişmekte olan ülkeler için bir gelir kaynağı olan sağlık turizmi aynı zamanda istihdam olanaklarını da artmaktadır. Sağlık hizmetini almaya gelen turistler aynı zamanda birer tatilci gibi seyahat etmektedirler (Çifçi ve Acet, 2021). Türkiye, sağlık turizmi alanında dünyanın en iyi ülkeleri arasında yer almaktadır. Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin önemli bir bölümü verilen sağlık hizmetlerinden yararlanmak üzere gelmektedir. Bu nedenle sağlık turizmi ekonomiye değer katan diğer sektörler kadar büyük bir öneme sahip olmuştur. Bu alanda dünyadaki sıralamada iyi bir konuma sahip ve tecrübesi olan ABD, Güney Kore, Hindistan, Malezya gibi ülkelere yönelik özellikle son yıllarda sağlık turistlerin taleplerinin değiştiği gözlemlenmiştir (Üstün ve Uslu, 2022).

Türkiye, dünyada medikal turizm listesinin başında yer almaktadır. Türkiye'de tıp sektörünün büyümeye ve gelişmeye devam etmesi, tıbbi ve medikal cihazların üretilmesi, sağlık alanında elde edilen başarılar sağlık turizminin gelişmesini hızlandırmıştır (Yıldırım ve Altunkaya, 2006). Verilen tedavi hizmetlerin kalitesi ve fiyatların uygun olması tedavi ücretlerinin %70'e kadar uygun olabilmektedir. Devletin, medikal turizm için sağlamış olduğu teşvikler, vize işlemleri ve prosedürlerin kolaylaşması, yüksek yetkinlik ve uzun deneyime sahip uzman sağlık personellerinin olması, sağlık turistlerinin sağlık ve mahremiyet güvencesinin sağlanması, turistleri çekmede önemli faktörlerden olmuştur. Avrupa'da yaşlı nüfusun artması ile sağlık turizminin branşlarından biri olan üçüncü yaş turizmi için turizm talebinin artacağı tahmin edilmektedir. Böylece hem gelişmiş ülkelere hem de coğrafi olarak yakın olan ülkelere gelen sağlık turistlerinin sayısı her geçen gün artmaktadır.

Türkiye Seyahat Acenteler Birliği (TÜRSAB) tarafından açıklanan rapora göre, Türkiye, Dünyada tercih edilen sağlık turizmi destinasyonlarının başında gelmektedir. Sağlık turistlerinin %50-% 60 arasında tasarruf imkanlarının sağlanması, JCI akreditasyonuna sahip hastaneler incelendiğinde önemli farklar açıkça ortaya çıkmaktadır. Kalp bypass ameliyatının maliyeti Türkiye'de 8500 – 21 Bin dolar arasında iken, bu ameliyatın maliyeti, İspanya'da 43 bin, Meksika'da 42 bin dolar civarındadır. Aynı rapora göre kalça protezi ameliyatının maliyeti ABD'de 10 bin – 23 bin dolar, Türkiye'de aynı operasyon için hemen hemen fiyatın yarısı kadar olmaktadır (TÜRSAB, 2020).

Uluslararası turizm hareketlerine bakıldığında, Türkiye en çok turist gelen ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu konumu itibarıyla Asya ve Avrupa kıtaları arasında önemli ve stratejik bir konuma sahiptir (Boz, 2004). Ayrıca doğal güzellikleri, dört mevsimin yaşandığı uygun iklim özelliklerinin olması ve çok sayıda turizm faaliyetlerinin aynı anda

yapılıyor olması, uluslararası turizm pazarında önemli bir yer edinmesini sağlamıştır. Coğrafi ve kültürel yakınlık faktörlerinin Arap turistlerin destinasyon tercihini etkilemektedir. Özellikle Arap baharından sonra Arap turist sayılarında büyük bir artış gözlemlenmiştir.

Bu çalışmada, Türkiye'ye yönelik sağlık turizm talebini etkileyen faktörlerin Arap turist perspektifi bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla, konu hakkında yapılan araştırmalar incelendiğinde sağlık turizm talebini etkileyen faktörlerin bir sağlık turizm destinasyonunun seçimini etkileyen en önemli faktörlerden biri hizmet kalitesi, uygun ücret, arkadaş tavsiyesi aynı zamanda doğal ve tarihi güzelliklerdir. Turizm açısından en önemli çekim unsuru olan doğal güzellik, Türkiye'nin sağlık turizmi için tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte sağlık sistemindeki alt yapı imkanları, uçuş sürelerinin az olması, sağlık hizmetlerini almak üzere bekleme sürelerinin az olması, tedavi olmak için gelen turistlerin tatil yapma imkanlarına sahip olması birer çekim unsuru olarak bilinmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sağlık Turizmi Kavramı

Sağlık; sosyal, fiziksel veya ruhsal olarak tam bir iyilik halini ifade etmektedir. Sağlıkla ilgili yapılan başka bir tanıma göre ise sadece hastalık veya sakatlığın olmaması değil, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hali olarak ifade edilmektedir. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere sağlığın fiziksel yönünün önemi kadar da psikolojik ve sosyal yönlerinin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Sanayi devriminden sonra meydana gelen kentleşme ve nüfus artışının bir sonucu olarak dünyadaki çevre sorunları artmış ve insan sağlığındaki bozulma ve rahatsızlıklar da giderek artmıştır. İnsanların işgücündeki verimini korumak ve daha kaliteli bir yaşam sunmak amacıyla, turizm faaliyetleri ile kaplıca ve kür uygulamaları bütünleşecek şekilde sağlık turizmi kavramı ortaya çıkmaktadır. Sağlık turizminde yapılan seyahatler tıbbi uygulama, termal SPA Wellness gibi uygulamalar olabileceği gibi üçüncü yaş ve engelli bireylerin tedavi edilme amacını da taşıyabilmektedir. Bu turizm çeşidinde temel faktör bireylerin sağlık açısından faydalı hizmetleri satın alma eğilimine sahip olmasıdır. Bireyler, eğlenmek ve dinlenmek amacıyla gittikleri bölgelerde hasta olması veya rahatsızlık nedeniyle tedaviye alınması da sağlık turizmi kapsamında ele alınmaktadır (Dinçer vd., 2016).

Günümüzde kaliteli hizmet sunan ülkelerde bulunan kliniklerden veya ünlü doktorlardan hizmet almak isteyen birçok insan bulunmaktadır. Bu insanlar sürekli ikamet ettikleri ülkelerden başka ülkelere gitmektedirler. Özellikle son 30 yıl içinde önemi artmaya başlayan sağlık turizminin gelişmesini sağlayan birçok faktör vardır. Bu faktörlerin başında tedavi masraflarının fazla olması, bekleme sürelerinin uzun olması gelmektedir. Teknolojideki gelişmeler sayesinde zaman geçtikçe termal turizmi kavramı yerine yeni ve gelişmiş kompleks cerrahi operasyonlar ve daha kapsamlı olan medikal turizm veya sağlık turizmi kavramları almaktadır. Ülkeler bu alanda politikalar geliştirmekte ve büyük yatırımlar gerçekleştirmektedir.

Tarih boyunca insanlar tatil, dinlenme, eğitim, spor ve sağlık amacıyla buldukları yerlerden başka yerlere seyahat etmişlerdir. İnsanoğlu geçmişten beri vücudundaki rahatsızlıkları ve hastalıkları gidermek amacıyla özel iklime ve şifalı sulara sahip bölgelere gitmiştir. İnsanların zaman içerisindeki beklentileri ve alışkanlıklarındaki meydana gelen değişiklikler nedeniyle, bu ihtiyaçları karşılayacak alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Bu turizm çeşitlerinden biri de sağlık turizmidir. Sağlık turizmi: insanların sağlıklarına kavuşmak amacıyla sürekli yaşadıkları yerlerin dışına yapmış oldukları seyahatlerdir. Sağlık turizmi: bireylerin boş vakit

veya tatil günlerinde hem nitelikli hem profesyonel sağlık hizmetlerinin sunulduğu hastanelere veya Wellness, termal ve su iklim koşullarına sahip bölgelere tedavi görmek, ruhsal ve fiziksel olarak dinlenmek ve stres atmak amacıyla en az 24 saat süren seyahat faaliyetleridir. Bu talebini karşılamak üzere veya tedavi olmak amacıyla bu tür turistik faaliyetlere katılan bireylere ise sağlık turisti denilmektedir (El Holi, 2000).

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, turistlerin zevk ve alışkanlıklarındaki değişiklikler, sağlık turizminin hızlı bir şekilde gelişimini etkileyen temel faktörlerdir. (Bulut ve Şengül, 2019). Son dönemlerde tıbbın gelişmesi ve gelişmiş sağlık hizmetlerinde büyük ilerleme yaşanması nedeniyle sağlık turizmi alanında oldukça ciddi yatırımlar ve gelişmeler yaşanmıştır. Sağlık turizminde, normal turizmden farklı olarak kalış süreleri 2-4 hafta arasında değişmekte olup, sağlık turisti normal turistten 10 kat daha fazla harcama yapmaktadır (Naymi ve Mansur, 2006).

Sağlık turizmine katılan turistlerin hem tedavi olma hem tatil yapma amacı taşıması nedeniyle, turizmde ve dolayısıyla ekonomide yarattığı katma değer yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sağlık turizmi, ülkeye döviz kazandıran önemli bir faaliyettir. Bununla birlikte 12 ay boyunca turizmin canlanmasını sağlayan alternatif turizm çeşitlerinin en önemlilerinden biridir.

Sağlık turizmi hem bireylerin sağlığı hem de ülkelerin ekonomisi açısından pek çok açıdan avantaj sağlamaktadır. Örneğin, mevsimsel olmama özelliği ile hem ülkelerin ekonomisi için sürekli katkı sağlamakta hem de insanların devamlı hizmet alabilmelerini sağlamaktadır. Sağlık turizminin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Akdoğan ve Hiçyorulmaz, 2018);

- Sağlık turizmi, turizm çeşitleri arasında katma değeri en yüksek olan turizm türüdür.
- Bir ülkenin tanınırlığını ve imajını iyileştirmede fayda sağlamaktadır.
- İstihdam olanaklarını arttırarak, işsizliğin azaltılmasını katkıda bulunmaktadır.
- Cari açığın kapanmasını sağlamaktadır.
- 12 ay boyunca devam eden bir faaliyet olup mevsimsel olmama özelliğini taşımaktadır.
- Deniz kum güneş, kültür, kış turizmi gibi turizmin diğer dallarına katkı sağlamaktadır.
- Şifalı su, dağ, orman gibi ekonomik niteliği bulunmayan kaynaklara ekonomik ürün niteliğini kazandırmaktadır.
- Turistlerin yaptığı harcamaların, gittikleri bölgelerdeki gelirin artmasını ve refah seviyesinin artmasını sağlamaktadır.

2.2. Türkiye'nin Sağlık Turizmi Arzı

Gelişmiş ülkelerde refah düzeyinin artması nedeniyle dünyada sağlık alanında hizmet veren ülkeler hizmet kalitesinin yüksek tutmaktadır. Ayrıca yaşanan nüfusun giderek artan sağlık ihtiyaçları ile gelişmiş ülkelerde yaşanan sosyal güvenlik giderleri sorunu insanların gelişmekte olan ülkelere yönelme eğilimini artmıştır. Türkiye'de sunulan sağlık hizmetleri kalite ve kapasite açısından sürekli artmaktadır. Türkiye'nin rakiplerine göre olan önemli bir avantajı, verilen hizmet standartlarının yüksek olması ve düşük fiyatlandırma olmasıdır (Şengül ve Bulut, 2019). Bu artışın hem kamu hem de özel sektörde olması, sağlık sisteminin genişlemesini sağlamıştır. Genel turizm ve sağlık turizmi gelirleri ülkenin önemli gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Türkiye'nin jeopolitik konumu, sahip olduğu eşsiz doğal ve kültürel zenginlikleri, medikal turizmde sunulan uygun tedavi maliyetleri, bekleme sürelerinin az olması, uzman ve yetişmiş insan gücü, akredite olmuş hastane sayısı, kaliteli

bakım hizmetleri ve dünyaca ünlü doktorlara sahip olması ülkeyi uluslararası sağlık turizminde başta gelen destinasyonlardan biri haline gelmiştir.

Ancak Türkiye'nin medikal turizmde tercih edilmesinin tek nedeni Avrupa'dan daha ucuz olması değil, aynı zamanda özellikle tüp bebek tedavisi ve kanser hastalıklarında uygulanan tedavi yöntemlerinin başarı oranlarının gelişmiş ülkelerden daha yüksek olmasıdır. Kanser tedavisi için gelen hastaların geliş nedenleri arasında, kendi ülkelerindeki teknolojik altyapısının az olması başlıca nedendir. Kanser tedavisinde etkili teknolojilerden biri olan, ABD'de uygulanan ve Avrupa'da sadece beş merkezde bulunan "CyberKnifer" (uzay neşteri) 10 gün içinde tedavinin tamamlanmasına imkân sağlamakta, Türkiye'de daha ucuz ve uzun bekleme süresi olmadan uygulanması avantaj sağlayan bir durumdur (Şehbaz vd., 2012). Ayrıca Devlet tarafından sağlanan teşvikler de sağlık turizminin gelişimini desteklemektedir. Örneğin, Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip uluslararası hasta kabul eden ve getiren sağlık kuruluşları ile aracı kurumlara, Ticaret Bakanlığı tarafından yurtdışında fuar desteği, marka tescil desteği, uluslararası danışmanlık desteği, uluslararası reklam ve pazarlama desteği, çevirmen desteği ve hasta uçak bilet desteği gibi teşvikler verilmektedir (Alp, 2021).

Sağlık turizminin gelişmesiyle birlikte buna paralel olarak yapılan yatırımlar da artmaktadır. Lazer ve göz ameliyatlarına olan talebin artmasıyla Ege ve Akdeniz bölgesinde projeler yapılmaya başlanmıştır. Ortadoğu ülkeleri gibi düşük gelirli ve sağlık alt yapısı gelişmemiş ülkeler için Türkiye, medikal turizm açısından uygun bir pazar konumundadır. 23 JCI akreditasyon belgesine en fazla işletmenin bulunduğu şehir İstanbul'a gelen sağlık turistleri ile ilgili yapılan bir çalışmada, hastaların İstanbul'u tercih nedenleri incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, Türk doktorları ve sağlık personellerine güven %45,9 ile seçeneklerin başında gelmektedir. İstanbul'daki tedavi masraflarının, kendi ülkelerindeki sağlık masraflarından daha az olması %40,32, İstanbul'un turistik olması ise %32,6 oranla öne çıkmaktadır. Hasta ve hasta yakınları tarafından verilen diğer seçeneklerde ise, İstanbul'un güzel şehir olması, şehrin rahat olması, bekleme sürelerinin az olması yönündedir (Zengingönül vd., 2012).

Sağlık turizminin gelişimini hızlandırmak için gerek yurt içi gerekse de yurtdışında kaliteli hizmetin sunulabilmesi için hastane ve yatak kapasitelerinin artırılması gerekmektedir. Yabancı ülkelere gelen hastaların ülkeyi tercih etmesindeki temel faktörlerden biri de ülkedeki sağlık kurumlarının uluslararası standartlara sahip olmasıdır. Türkiye'de sunulan yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve buna ek olarak 57 ülkeye 4 saatlik uçuş mesafesinde olması, yurt dışından gelen milyonlarca kişiye kaliteli sağlık hizmetleri verilmesini sağlamaktadır. Yurt dışından gelen hastalar kalite ve güven oldukça önem taşımaktadır (Doğan ve Aslan, 2019). Sağlık Bakanlığı'nın belirlediği standartlar çerçevesinde uluslararası hasta kabulünün artırılması ve en iyi hizmeti sunabilmek adına Sağlık Bakanlığı tarafından verilen yetki belgesi sağlık kuruluşları ve aracı kuruluşlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Almaya Hak Kazanmış Olan Sağlık Tesisleri ve Aracı Kuruluş Sayısı

Aracı Kuruluşlar	Vakıf Hastaneleri	Özel Hastane	Kamu Üniversite Hastaneleri	Kamu Hastanesi	Tıp Merkezleri	Özel Sağlık Tesisleri
351	30	406	41	144	163	854

Kaynak: (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022)

Ayrıca JCI akreditasyonuna sahip hastanelerin sayısının fazla olması turistlerin sağlık destinasyonu seçimini etkileyen önemli bir faktördür. Türkiye’de 48 sağlık kuruluşunun JCI akreditasyonu bulunmaktadır. Türkiye’de en çok akreditasyon belgesine sahip hastanenin bulunduğu il İstanbul’dur. Sağlık Bakanlığı’nın sağlık turizmi endüstrisinde aktif bir rol almaktadır. Bu amaçla “Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü çatısı altında “Sağlık Turizmi” birimi kurulmuş olup, Sağlık turizmi ile ilgili mevzuat, yasal, sektörde faaliyet gösteren acenteler, denetleme komisyonları kurarak görev ve sorumluluklar belirtilmiş, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların yetki belgesine sahip olması için şartların düzenlenmesi ve gerekli kontrollerin sağlanması ile ilgili görev ve yetkileri belirlenmiştir. Bu doğrultuda 2014-2018 yılında sağlık sektörünün kapasitesinin artırılması, sağlık turizmini oluşturan üç unsurun üzerinde önemle durulması rakip ülkelere karşı avantaj sağlamamaktadır.

Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan (2014- 2018) kalkınma planında, son yıllarda yükseliş gösteren sağlık turizmi talebine ilişkin hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve rekabet gücünün artırılması amaçlanmıştır. 2014 – 2018 onuncu kalkınma planındaki hedefler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022):

- Termal turizmde 100.000 yatak kapasitesine ulaşılması,
- Termal turizmde 1.500.000 yabancı turiste hizmet sunulması,
- Termal turizmde 3 milyar dolar gelir elde edilmesi,
- Medikal turizmde dünyanın ilk beş destinasyonu arasında yer alması,
- 750.000 medikal yabancı turistini tedavi edilmesi,
- Medikal turizmde 5,6 milyar dolar gelir elde edilmesi,
- İleri yaş turizmde 150.000 yabancı turistini ülkemizi ziyaret etmesi,
- İleri yaş turizmde 750 milyon dolar gelir elde edilmesidir.

Yapılan birçok plan ve strateji sayesinde sağlık sisteminin kalitesi ve verimliliği artmıştır. Türkiye’nin medikal ve termal turizm kaynakları, SPA Wellness imkânları ile beş yıldızlı otel hizmetlerinin birleştirilmesi buna ek olarak kamu sağlık hizmetleri ve özel sağlık hizmetlerinin de hızlı bir şekilde artması sektörde özellikle son 10 yılda büyük atılımların gerçekleştirilmesini sağlamıştır. Modern hastaneler, uzman doktorlar ve yetişmiş personeller, sağlık turizmde rekabette olumlu imaj vermektedir.

Planlarda, Türkiye’de kaliteli ve ucuz hizmet sunmak açısından ülkenin potansiyelinin kullanılması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda 2003 yılında medikal (tıbbi) turizm kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte 2010 – 2014 Stratejik Eylem Planında yer almış, 2010 yılında Sağlık Bakanlığı bünyesinde Sağlık Turizm Koordinatörlüğü birimi kurulmuş ayrıca 2023 vizyonunda yer alarak hükümet politikası haline gelmiştir. 2023 Raporuna göre 2021 yılında 1.473 tesis ve 310 aracı kuruluşun Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi almayı hak kazandığı belirtilmiştir. Ayrıca 2021 yılında uluslararası hasta destek birimi tercümanlık ve çağrı merkezine tercüme hizmeti amacıyla 31.236 adet çağrı gelmiştir. Buna ilave olarak da 112 ve 184 ile aracı kurumlar ve bireysel aramalarla gelen 38.499 çağrı cevaplanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2021). Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından yayınlanmış Yüzüncü Yıl Türkiye Planı kapsamında olan 11. Kalkınma planı içerisinde, sağlık turizmiyle ilgili belirlenen politika ve stratejiler aşağıda belirlenmiştir (Türkiye Strateji ve Bütçe Daire Başkanlığı, 2021):

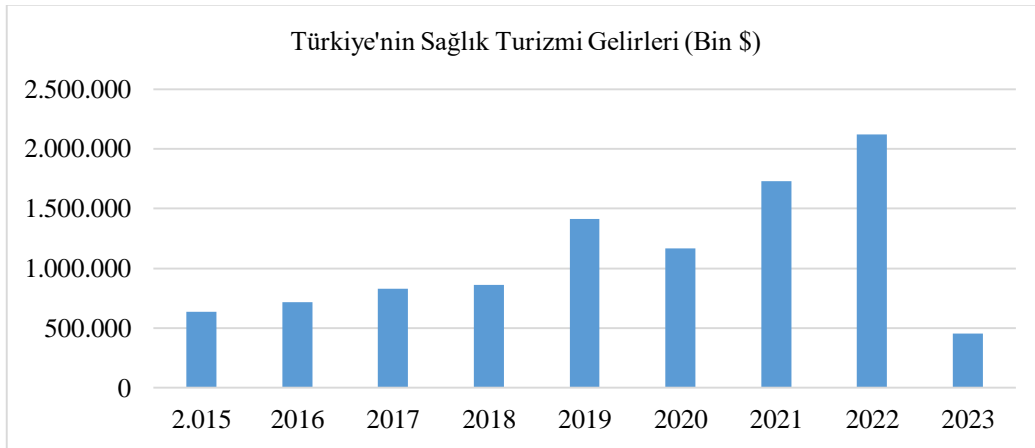
- Türkiye’nin sağlık turizmi alanında tanınırlığı ve tercih edilirliliği arttırılacak ve sağlık turizmi hizmet kapasitesi nitelik ve nicelik olarak geliştirilecektir.
- Sağlık turizmi alanında ülkemizin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürütülecektir.

- Sağlık turizmine yönelik hukuki düzenlemeleri tamamlanacak, akreditasyon ve denetim altyapısı güçlendirilecektir.
- Medikal turizmin, termal turizmin yanı sıra yaşlı ve rehabilitasyon turizmiyle olan entegrasyonu sağlanacaktır.
- Ortalama konaklama süresini arttıracak ve turizmin yılın tamamına yayılmasını sağlayacak, sağlık turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve yatırım faaliyetleri yürütülecektir.

Sağlık hizmetlerinde fiyat ve kalite olarak daha cazip ülkeler hakkında bilgiye erişimin artması ve ulaşımın kolaylaşmasıyla sağlık turizmi sektörünün büyümesi beklenmektedir. Nüfusun yaşlanmasıyla kronik hastalık yükü ve maliyetler artmaktadır. Bu doğrultuda hizmet sunum etkinliğinin artırılması ve teknolojik gelişmelerinin fırsata çevrilmesi daha da önemli hale gelmekte olup, sağlık turizmi pazarındaki potansiyeli ön plana çıkarmaktadır.

2.3. Türkiye'nin Sağlık Turizmi Talebi

Şekil 1 ve 2'de (USHAŞ) Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş tarafından açıklanan verilere göre 2015 yılından itibaren Türkiye'ye gelen toplam sağlık turisti sayısı ve sağlık turizm gelirleri yer almaktadır. 2019 yılında sağlık turizmi kapsamında Türkiye'yi ziyaret eden sağlık turisti sayısı 701.046 turist iken, elde edilen gelir 1.412.438 dolar olarak belirlenmiştir. 2020 yılında meydana gelen Covid-19 salgını nedeniyle genel olarak turizm sektöründe ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Bu durum sağlık turizmini de etkilemiştir. Bu yıla ait sağlık turist sayısı 407.423 iken, elde edilen gelir 1.164.779 bin dolara düşmüştür. 2021 verilerine göre ise, ziyaretçi sayısı 670.730 hasta olup 1.726.973 bin dolar gelir ile tekrar yükselişe geçmiştir. İstatistiklere bakıldığında 2019 yılında turist sayısı yüksek görünmektedir. 2020 yılında meydana gelen salgından dolayı dünyada turizm sektörü etkilenen sektörlerin başında olmasına rağmen yine de sağlık turizmi hareketlilik gösterdiği söylenebilir. 2021 verilerine bakıldığında ise tekrar yükselişe geçmiştir. 2022 yılında toplam sağlık turist sayısı 1.258.382, elde edilen gelir ise 2.119.059 bin dolar olarak kaydedilmiştir. 2023'ün ilk çeyreğinde 411.490 kişi sağlık hizmeti almak üzere gelmiş olup 453.714 bin dolar gelir elde edilmiştir.



Şekil 1. Yıllara Göre Sağlık Turizm Gelirleri.

Kaynak: (USHAŞ, 2021)



Şekil 2. Yıllara Göre Sağlık Turist Sayıları

Kaynak: (USHAŞ, 2021)

Uluslararası hastaların en çok tercih ettiği klinik ve branşlar aşağıda sıralanmaktadır (USHAŞ, 2022):

- Kadın hastalıkları,
- İç hastalıklar,
- Göz hastalıkları,
- Tıbbi biyokimya,
- Genel cerrahi,
- Diş hekimliği,
- Ortopedi ve travmatoloji,
- Enfeksiyon hastalıkları,
- Kulak – burun – boğaz, şeklinde belirlenmiştir.

Türkiye'ye yönelik sağlık turizmi hareketliliğinin nedenleri incelendiğinde bu nedenler ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Örneğin, Almanya, ABD, İngiltere gibi gelişmiş ülkelerden gelen turistlerin temel tercih nedenleri fiyat farklılığı, uzun bekleme süreleri, diaspora ve sigorta kapsamında olmayan işlemler olarak görülmüştür. Bulgaristan, Yunanistan, Suriye, Azerbaycan ve Orta Asya ülkelerinden gelen sağlık turistleri etkileyen faktörler ise sıkı akrabalık bağları, kendi ülkelerindeki tıbbi teknolojiye yetersizlik ve sağlık hizmetlerinin yetersizliği olarak belirlenmiştir. Bütün bu faktörlerin yanı sıra, turistik faaliyetlerin çeşitliliği ve geleneksel turizm olanaklarının fazla olması yabancı hastaların ilgisini çekmektedir. Bunun bir sonucu olarak turistlerin Türkiye'yi sağlık turizmi destinasyonunu olarak tercih etmesinde önemli rol oynamaktadır.

2.4. Arap Ülkelerinden Türkiye'ye Yönelik Sağlık Turizmi Gelişleri

Türkiye'ye gelen Arap turistlerin önemli bir bölümü, Türkiye'deki sağlık hizmetlerinden yararlanmaktadır. Sağlık hizmetlerine erişimin zor olması, alt yapının gelişmemiş olması veya Körfez ülkelerindeki gibi fiyatların çok yüksek olması nedeniyle, insanların özellikle Avrupa ve Batı ülkelerini tercih etmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda 15 yıl içinde Arap

ülkelerinden Türkiye'ye yönelik gerçekleştirilen seyahatlerin temel motivasyonları incelendiğinde eğlenme, dinlenme, tatil, alışveriş, gezme görme, alışveriş ve özellikle de sağlık temelli talep söz konusudur. Coğrafi olarak Arap ülkelerin Türkiye'ye yakın olması, dini bağlarının olması, yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve potansiyelinin gelişmiş olması, tamamlayıcı turizm imkanlarının varlığı (tarihi ve doğal güzellikler), maliyetlerin uygunluğu, alanında uzman hekim ve sağlık personelleri gibi faktörler Arap turistlerin sağlık turizm taleplerini etkilemektedir.

Özellikle Ortadoğu/Batı Asya ülkelerinde sağlık sektörünün gelişmemiş olması veya alanında uzman doktorların az olmasına karşın, bazı Arap ülkelerinde son zamanlarda uluslararası alanda faaliyet gösteren seyahat acenteleri de Arap turistlere sağlık turizmi konusunda uygun ve kaliteli hizmetleri sunmaktadır. Ayrıca, sosyal medya ve haber sitelerinde sağlık tesislerin reklam çalışmaları sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bu reklam kampanyaları Arapça dilinde düzenlenmekte ve Arap turistleri etkilemeyi hedeflemektedir. Reklamların yanı sıra, yakın çevre ve arkadaş tavsiyesi de önemli bir rol oynamaktadır. Daha önce Türkiye'ye gelip saç ekimi veya estetik ameliyat geçiren kişilerin hizmetten memnun kaldıkları durumlarda kendi çevresindekilerin kararlarını etkilemektedirler. Kulaktan kulağa iletişimin büyük bir etkiye sahip olmasının birçok sağlık tesisin sunduğu hizmetin kalite ve güvencesi üzerinde büyük bir önem vermesine temel teşkil etmektedir.

Bununla birlikte, Türkiye ve Arap ülkeleri arasında Turizm alanında kurulan dernek ve organizasyonlar, endüstrideki iş birliğin ve ilişkilerin artmasını sağlamaktadır. Bu derneklerden biri (TATO) Türk – Arap Turizm Organizasyon Derneği'dir. Dernek çalışmaları, dijital sağlık turizmi projesiyle hedef pazar olan 22 Arap ülkesi ve tüm dünyadaki Türk – Arap bağlantılı hastane, sağlık sigorta şirketleri, sağlık turizmi acenteleri ve doktorların bir araya getirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, Türk sağlık kurumları ile Arap ülkelerindeki sağlık sektörü temsilcileri arasında görüşmeler sağlanıp, katılımcı kuruluşlara kendi ülkelerindeki sağlık turizm ofislerinde hizmet verilmektedir. Bu derneğin kurulmasındaki temel amaç, Türkiye – Arap ülkeleri arasında projelerin üretilmesi, iş insanlarının bir araya getirilmesi, Türk – Arap iş heyetlerini buluşturarak sağlık sektörüne katkıda bulunmaktır (TATO, 2022). Türkiye – Arap ülkeleri arasında sağlık turizmi ile ilgili işbirliğin, yatırımın ve ticari ilişkilerin artırılmasına yönelik vizyon belirlemede ve bu alanda katkı sağlamaya çalışan bir diğer organizasyon ise TÜRAP (Türk – Arap Ülkeleri İşbirliği Derneği)'dir.

İndependent Türkçe gazetesinin Nisan 2022 tarihinde yayınladığı bir haberde Türkiye'de sağlık turizmden elde edilen gelirin 100 milyar doları aşarak küresel sağlık turizmi pazarında zirveye ulaştığını vurgulamaktadır. Haberin detayında, yapılan araştırmalar sonucunda Avrupalı sağlık turistlerinin gelen hastaların toplam %70'ini oluşturduğu belirtilmiştir. %30'luk bölümünü ise Arap turistleri oluşturduğunu, Sağlık turizmi kapsamında yapılan kişisel harcamanın 2 bin dolar olduğunu, hastaların çoğunluğunun saç ekimi ameliyatı yaptırmak için geldiklerini aktarmıştır (İndependent Türkçe, 2022). TÜRSAB Sağlık Turizmi Raporuna göre, Medikal turistler en fazla Libya, Almanya ve Irak'tan, sağlık turizmi kapsamında ise en fazla Rusya, Almanya ve İngiltere'den geldikleri belirtilmiştir. Bu doğrultuda sağlık turizmden elde edilen payın yükseltilmesi amacıyla, uzak bölgelerde bulunan ülkelerden çok, yakın ülkelere yönelik tanıtım çalışmalarının yapılması gerektiği vurgulanmaktadır (TÜRSAB, Sağlık Turizmi Raporu, 2022). Bu amaçla Arap ülkelerinden sağlık turizmi amacıyla daha fazla turist gelmesini sağlamak için etkili çalışmaları ve faaliyetleri uygulamak önem arz etmektedir. Nitekim altyapı, hastane, nitelikli sağlık

personelin fazlalığı, uluslararası standartlara göre hizmet veren kuruluşların sayısının fazlalığı, destinasyon çekicilik unsurların fazla olması, konum olarak Avrupa ve Asya ülkelerinden daha yakın olması gibi sebepler diğer destinasyonlardan daha büyük avantajlara sahip olduğunun göstergesidir. Bazı çalışmaların geliştirilmesi halinde Körfez ülkelerinden gelen sağlık turist sayısı arttırılabilir (Turizm News, 2018):

- **Arapça web sitesi:** Körfez ülkelerinde yaşayanların internet ortamına erişimleri çok kolaydır. Arapça bir Web sitesinin kurulması, sağlık turisti çekme ve turistlerin taleplerine uygun profesyonel bir hizmeti verilme, en etkili pazarlama yöntemlerinden sayılmaktadır.
- **Arama motorlarında Arapça ve İngilizce optimizasyonu çalışmaları:** Körfez ülkelerinde İngilizce, Arapça ile yaygın bir şekilde kullanılan bir dildir. Bu nedenle, Arap turistlere hitap edebilmek adına arama motorlarında İngilizce ve Arapça dillerinin olması, yürütülen pazarlama çalışmalarını etkileyebilmektedir. Bölge, ülke bazında ve uluslararası alanda SEO stratejileri yürüten ve bu alanda yatırım yapan işletmelerin sayısının artması, Arap turistlere ulaşma konusunda etkili ve yararlı olmaktadır.
- **Reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları:** Arap ülkelere yönelik reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları oldukça önemlidir. Sağlık tesislerinin halkla ilişkiler çalışmalarının profesyonel ve nitelikli bir şekilde hizmet sunması, Arap coğrafyasından gelen Arap sağlık turistlerine yönelik yapılan etkili pazarlama araçlarından biridir.
- **Arap ülkelerinde faaliyet yapan yerli seyahat acenteleri ile iş birliği ve ortaklık çalışmaları:** Arap turistlerin güven duyduğu ve ilgi gösterdiği Arap kökenli yerel seyahat acenteleri ile ikili anlaşmaların yapılması, o ülkelerdeki turistlerin tüketim tercihlerini ve isteklerini yerine getirme hususunda etkili olabilmektedir. Bu stratejinin uygulanması, hedef kitle oluşturmak ve tanıtım çalışmalarının kendilerine daha kolay olmasını sağlayabilmektedir.
- **Profesyonel bir şekilde sosyal medya çalışmalarının yürütülmesi:** Bilgi ve iletişim teknolojilerinin en önemli çıktılarında olan sosyal medyanın Arap dünyasında etkisi büyüktür. Bu sebeple, sosyal medyadaki çalışmaların etkili ve profesyonel bir şekilde yapılması, reklam ve tanıtım çalışmalarına yönelik yatırımların arttırılması, tüm Arap ülkelere hitap edebilecek sosyal medya içeriklerinin Arapça dilinde hazırlanması fayda yaratacaktır.
- **Doğru Arap ülkelere yönelik çalışmaların yapılması:** Hedef kitleyi etkilemek için yapılacak olan reklam ve tanıtım faaliyetleri ile ilgili, faaliyetlerin yürütüleceği doğru ülke seçimi yapılması gerekmektedir. Çünkü politik ilişkiler gereği bazı ülkeler ile siyasi yakınlığın olması, o ülkelere sağlık turisti gönderilmesi ve olumlu imaj yaratılması hususunda daha da etkin ve olumlu sonuçlar verecektir.

3. YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak olan mülakat (görüşme) tekniği kullanılmıştır. Görüşmede ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın alanını Türkiye’de sağlık turizmi alanında hizmet sağlayan özel sağlık kuruluşları oluşturmaktadır. Çalışma evreni, Arap ülkelerinden Türkiye’deki sağlık kuruluşlarından tedavi olmak amacıyla gelen Arap sağlık turistlerdir.

Örneklem ise Türkiye'ye tedavi olmak amacıyla gelen ve Kartopu örnekleme ile ulaşılan 30 Arap sağlık turistidir. Özen ve Gül (2007), evreni araştırma alanını oluşturan ve elde edilen sonuçların genelleştirilebildiği grup olarak ele almaktadır. Evreni temsil eden, evrenden seçilen ve üzerinde inceleme yapılan gruba da örneklem ele almaktadır. Bir grup ulaşılamayacak kadar ve coğrafi açıdan dağınık noktalarda bulunuyorsa zaman ve maliyet açısından oldukça masraflıdır. Bu nedenle evrene genelleştirilebilecek iyi bir örneklem seçilmesi zaman ve para tasarrufu açısından büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada özellikle sonuç odaklı ve çalışma amacına uygun turistlerin bağlantıları üzerinde veri toplanarak bu sorunlar aşılmıştır. Netice olarak 1 Ekim-30 Aralık 2022 tarihleri arasındaki 3 aylık sürede, Türkiye'ye sağlık hizmeti almak amacıyla gelen Arap turistlerden veriler elde edilmiş ve kayıt altına alınmıştır.

Bu çalışma için gerekli olan veriler için mülakat yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan mülakat soru formu Arapça ve Türkçe dillerinde hazırlanmıştır. Sağlık turizmi literatüründe yer alan benzer faktörlerden yola çıkarak bir durum tespitinin yapılması amaçlanmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında öncelikle turistlerin demografik bilgileri ve hangi ülkeden geldiklerine ilişkin yanıtları kaydettikten sonra 6 sorudan oluşan bir soru formu yardımıyla veriler alınmıştır.

Veri güvenilirliği için ilk olarak görüşmeler aşamasında ses veya yazılı kayıtlar alınmıştır. Veriler toplandıktan sonra ise bir nicel veri güvenilirlik ölçüsü olan Cronbach Alfa değerine bakılmıştır. Tüm verilere ait Cronbach Alfa (güvenilirlik) değeri incelendiğinde, Cronbach Alfa değerinin (Tablo 2) 0,72 olduğu tespit edilmiştir. Kabul edilebilir Cronbach Alfa değerlerinin 0.70-0.95 aralığı olduğu bilinmektedir (Tavakol ve Dennick, 2011). Bu analiz sonucu ve kabul edilebilir değerler dikkate alındığında verilerin güvenilirlik şartını sağladığı tespit edilmiştir. Tablodaki diğer önemli veri ise herhangi bir tema çıkarıldığında Cronbach Alfa değerindeki değişimlerdir. Bu veri tablonun en sağında yer alan item dışı Cronbach Alfa (Alfa w/o öge) sütununda yer almaktadır. Birçok temanın çıkarıldığında güvenilirlik katsayısının düştüğü görülmektedir. Sadece kültürel yakınlık ve tavsiye temalarının analiz sürecinden çıkarıldığında güvenilirlik katsayısında düşüş olmadığı tespit edilmiştir. Can (2018) 0.60-0.80 aralığındaki güvenilirlik değerlerinin güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle çok önemli değişiklikler meydana gelmediği için verilerde herhangi bir değişiklik ihtiyacı olmadığı ve güvenilirlik koşulunu sağlandığı söylenebilir.

Tablo 2. Çalışmadaki Temalara Göre Belirlenmiş Güvenilirlik Katsayıları

Öge	Ortalama ölçek w/o Öge	Std. sap. w/o Öge	ölçeği	Düzeltilmiş öge korelasyonu	Alfa w/o öge
Kültürel Yakınlık	44,10	13,825		0,125	0,731
Rekabet Gücü	42,93	13,209		0,385	0,707
Maliyet	42,60	13,490		0,297	0,718
Memnuniyet	41,60	12,648		0,626	0,674
Danışmanlık Hizmetleri	43,67	13,108		0,562	0,695
Tavsiye	43,13	13,741		0,169	0,729
Hizmet Kalitesi	40,73	12,673		0,712	0,670
Tedavi	40,23	12,275		0,593	0,666
Kodlu Bölümler	22,60	6,966		1,000	0,653

Tüm veriler için Cronbach Alfa: 0,723, Geçerli vakalar: 30 (100.0%) Kayıp vakalar: 0 (0,0%)

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde profesyonel nitel veri analizi olan MAXQDA programı kullanılmıştır. MAXQDA programı hem nitel hem de karma yöntemi

verilerinin çeşitli fonksiyonlarla analiz edilmesini sağlamaktadır. Açık uçlu sorularının birbirinden ayrı bir şekilde analiz edilmesi, görüşme sırasında verilen cevapların tematik bir şekilde kodlanması ve iki farklı veriyi bir araya getirerek birleştirici görsel araçlar sunmaktadır (Kuckartz ve Radiker, 2020). Görüşme sırasında kaydedilen yanıtlar sisteme yüklenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. Kalıpları ve temaları tespit etmek amacıyla belirli bir materyalin sistematik bir şekilde incelenmesi ve yorumlanması gerçekleştirilmiştir. Görüşme yanıtlarında geçen söz konusu tema, kategori ve alt temalar belirlenmiştir. Analiz sürecinde daha önce belirlenen temalar üzerinden sık tekrarlanan kelime veya kavramları bir araya getirilmiş şekillerde gösterilmiştir. Ayrıca temaları ve arasındaki etkileşim ve ilişkiyi tespit etmek amacıyla iki vaka modeli analizi, temaların yüzdesel dağılımı, kod matris tarayıcısı analizi ve birlikte oluşma modeli analizleri yapılmıştır.

Nitel olarak tasarlanan bu çalışmada katılımcılardan elde edilen veriler oluşturulan içerik temaları üzerinden analizine tabi tutulmuştur. Bu temalar hem mülakat görüşmeleri ile hem de ilgili literatürde yer alan konunun önemli köşelerinin göz önüne alınmasıyla oluşturulmuştur. Buna göre elde edilen temalar sırasıyla; Tedavi, Hizmet Kalitesi, Memnuniyet, Maliyet, Rekabet Gücü, Tavsiye, Danışmanlık Hizmetleri ve Kültürel Yakınlık olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın devamındaki analizler bu temalar üzerinden gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılan katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analizinden önce katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 3'te belirtilmiştir. Buna göre, cinsiyet dağılımına ilişkin bilgiler incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılardan fazla olduğu, 20 katılımcının erkek, 10 katılımcının kadın olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde ise 1'i ortaokul, 7'si lise, 22 katılımcının ise yükseköğrenim (ön lisans – lisans – yüksek lisans) mezunu olduğunu göstermektedir. Bu durum katılımcıların eğitim düzeyleri az bir farklılık gösterse de çoğunluğunun eğitim düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Bilgileri.

Katılımcılar	Uyruk	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Hangi Alanda Hizmet Almıştır?
K1	Fas	27	K	Lisansüstü	Medikal (Burun Estetiği)
K2	Kuveyt	56	E	Lisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K3	Cezayir	50	E	Lise	Medikal (Fizik Tedavi)
K4	Fas	30	K	Lisansüstü	Medikal (Burun Estetiği)
K5	Irak	55	E	Lisans	Medikal (Kanser Tedavi)
K6	Suriye	27	E	Lise	Medikal (Saç Ekimi)
K7	Libya	31	E	Lisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K8	Mısır	25	K	Lise	Medikal (Diş estetiği)
K9	Filistin	23	E	Lisans	Medikal (Burun Estetiği)
K10	Libya	25	E	Lisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K11	Tunus	30	E	Lisans	Medikal (Hollywood Gülüşü)
K12	Suriye	29	E	Lise	Medikal (Göz Çizdirme)
K13	Irak	50	K	Lisans	Medikal (Rahim Aldırma)
K14	Mısır	27	K	Lisans	Medikal (Burun Estetiği – Hollywood Gül.)
K15	Irak	56	E	Önlisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K16	Fas	35	K	Lisans	Medikal (Hollywood Gülüşü)

K17	Filistin	21	K	Lisans	Medikal (Diş Tedavi)
K18	Irak	23	K	Lisans	Medikal (Lazer Ameliyatı)
K19	Irak	65	E	Lisans	Medikal (Mide Küçültme)
K20	SuudiArabistan	45	E	Lisans	Medikal (Ürolojik Tedavi)
K21	Libya	43	E	Lisans	Medikal (Ürolojik Tedavi)
K22	Cezayir	45	K	Lisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K23	Irak	43	K	Ortaokul	Medikal (Burun Estetiği – Mide Küç.)
K24	Suriye	30	E	Lisans	Medikal (Diş Tedavi)
K25	Mısır	43	E	Yüksek Lisans	Medikal (Fizik Tedavi)
K26	Suriye	30	E	Lisans	Medikal (Saç Ekimi)
K27	Kuveyt	60	E	Lise	Medikal (Fizik Tedavi)
K28	Kuveyt	29	E	Önlisans	Medikal (Lazer Ameliyatı)
K29	Lübnan	41	E	Lise	Medikal (Diş Tedavi)
K30	Cezayir	50	E	Lise	Medikal (Fizik Tedavi)

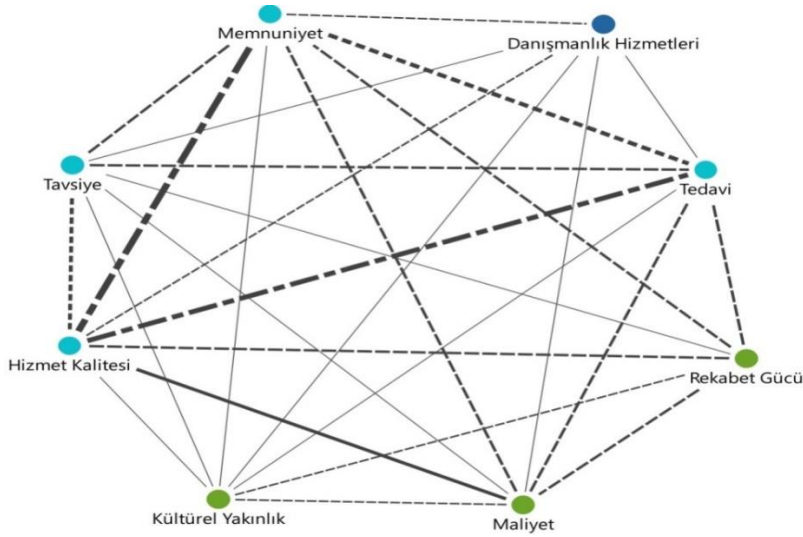
Katılımcıların yaşlarına göre bilgilere bakıldığında da 25 yaş ve altında 5 katılımcı, 26 – 45 arası 17 katılımcı, 46 ve üzeri 8 katılımcının olduğu görülmektedir. Hizmet alınan sağlık turizmi türü açısından incelendiğinde, bütün katılımcılar medikal turizm türünde hizmet almak üzere gelmiştir. Burun estetiği 5 katılımcı, fizik tedavi 9 katılımcı, diş estetiği ve tedavisi 7 katılımcı, göz çizdirme (lazer ameliyatı) 3 katılımcı, ürolojik tedavi 2 katılımcı, mide küçültme 2 katılımcı, rahim aldırma 1 katılımcı ve kanser tedavisi 1 katılımcı olarak belirlenmiştir. Tercih edilen tedavi çeşitlerinde ise 26 – 45 yaş arası olan katılımcıların daha çok saç ekimi, burun estetiği, diş estetik gibi estetik operasyonlar yaptırmaya yöneldiği görülmektedir. 46 yaş ve üzeri olan katılımcıların fizik tedavi ve ürolojik tedavi türünü tercih ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların geldikleri ülkeler incelendiğinde ise, Irak 6, Suriye 4, Mısır 3, Libya 3, Fas 3, Kuveyt 3, Cezayir 3, Filistin 2, Tunus 1, Suudi Arabistan 1 ve Lübnan'dan 1 katılımcı olarak görülmektedir.

Şekil 3'te tüm katılımcılara ait hürüşlerin kelime bulutu yer almaktadır. Bu kelime bulutunun amacı katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde hangi kelimelerin daha yoğun olarak kullanıldığı tespit edebilmektir. Bu tespit görüşmelere ait genel kanıyı ortaya koyması açısından önemlidir. Yani katılımcıların yorumlarının genel hatlarının ortaya koyması beklenmektedir. Bu bağlamda Şekil 3 incelendiğinde katılımcılar sıklıkla Türkiye, sağlık, tedavi, estetik, hizmet, tavsiye, turizm, uygun fiyat, konaklama, deneyim gibi kelimeler üzerinde görüş bildirdikleri görülmektedir. Genel olarak yorumlanacak olursa; katılımcıların sağlık, tedavi ve estetik kaygıları nedeniyle Türkiye'yi tercih ettikleri söylenebilir. Bunların dışında ise uygun fiyatların olması yani diğer sağlık turizmi destinasyonları ile fiyat konusunda karşılaştırmalar yaparak hareket ettikleri yorumlanabilir. Fiyat değişkeninin Türkiye'ye rekabet açısından önemli bir unsur olduğu söylenebilir. Aynı zamanda Türkiye'deki doktorların yüksek sayıdaki vaka deneyimleri, Ortadoğulu turistler açısından dikkat edilen bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Şekil 5'deki yapı, çeşitli kod ve temalar arasındaki potansiyel ilişkileri araştırmak için tema veya kod eşleme tekniklerinin kullanımına dayanmaktadır. Bu teknik, temaların görsel bağlantıları göstermiş olsa da yönleri hakkında bilgi içermemektedir ve sadece temaların görece boyutları hakkında fikir vermektedir. Bir veya birden fazla tema kullanılarak oluşturulan bu model aslında araştırmanın bir özeti niteliğindedir. Buradaki tüm temaların hem sıklık bakımından büyüklükleri hem de birbirleri arasındaki ilişkilerin büyüklükleri hakkında çalışmanın özetini sunmaktadır. Yine bakıldığında hizmet kalitesinin memnuniyet ile önemli düzeyde bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Daha geniş perspektif ile yorumladığımızda ise memnuniyet, tedavi ve hizmet kalitesi arasında önemli düzeyde yoğun bir ilişkinin var olduğu tespit edilebilmektedir.

K6: "Saç ekimi ameliyatına bir yıl geçti. Sonuç çok güzel. Böyle bir sonuç alacağımı tahmin etmemiştim. Daha kötü olacağımı düşünüyordum. Gerçek ve ekilmiş saçın kalitesi arasındaki farkı açısından. Ancak 6 ay sonra saçlar uyum sağladı. Bazı insanlara saç ektiğimi söylemesem bilmeyecekler."

K25: "Söz konusu sağlık merkezinin, gerçekten çok yüksek kalitede bir ekibi vardır. Bu tür rahatsızlıklara yapılan fizik tedavileri iki faktöre bağlıdır. Hastanın psikolojisi ve ruhsal durumu ve hazır oluşu, ayrıca tedavi uygulayanın yetkinliği ve sabırlı olmasıdır. Merkezin yetkinliği ve ekip çalışması çok iyidir."



Şekil 5. Temalara İlişkin Kod İlişki Haritası

Bazı katılımcıların vize ile alakalı olarak karşılaştıkları sorunu dile getirmiştir. Sağlık durumlarının kritik olduğundan dolayı sürekli gelip gitmek zorunda kaldıklarını, bu durum da vize alma sorunu yaşamalarına sebep olduğunu belirtmiştir. Bu duruma ilişkin katılımcının ifadesi şu şekildedir:

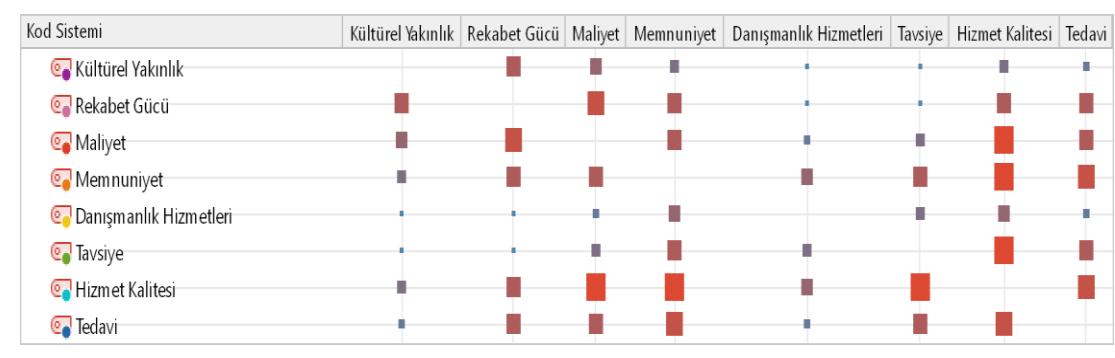
K15: "Vize alma konusunda bazen sorun yaşıyoruz. Aldığımız vize tek seferliktir. Birkaç ayda bir vize almak zorunda kalıyoruz. Hasta olan kişi sürekli bir şekilde tedavi görmesi gerekir. Keşke vizeler bir yıllık olsa. Turizm konusu da önemli çünkü yer değiştirmenin hastanın psikolojisi üzerine bir olumlu etkisi var."

Bir başka önemli faktör de güven faktörüdür. Katılımcının destinasyon tercihini yaparken güven faktörü destinasyon seçimini etkileyen bir durum olarak ifade edilmiştir. Katılımcının ifadesi şu şekildedir:

K5: "Sydney'den geldiğini söyleyen kişilerin Arapça dilindeki yorumlarını gördüm. Gideceğim hastaneye ilişkin daha da teşvik oldum. Dünyanın farklı ülkelerinden bireylerin geldiğini gördüm. Bu bana güven verdi açıkçası. Yorum ve değerlendirmeler benim için çok önemli çünkü ben bir ülkeden başka bir ülkeye bilmediğim bir hastaneye gitmem biraz riskli bir durum. İnsan kendini güvende hissetmeli dolandırılmamalı ve kendini yalnız hissetmemelidir. Bu beni teşvik eden bir durum oldu."

K27: "Kuveyt'ten Türkiye'ye 3 saatlik uçuş mesafesi varken Tayland'a ise 7 saatlik uçuş mesafesi söz konusudur. 3 saatlik uçuş, 7,5 saatlik uçuştan daha iyidir. Tedavi görmek isteyen birine yolculuk süresinin etkisi olur. Türkiye daha güvenlidir."

Diğer temaların ilişki yoğunluğu incelendiğinde ise maliyet temasının, rekabet gücü ve tedavi temaları ile yoğun olmasa da kayda değer düzeyde ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Aynı zamanda tavsiye temasının tedavi ve hizmet kalitesi teması ile orta düzeyde bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kültürel yakınlığın en fazla ilişki içerisinde bulunduğu temanın ise rekabet gücü teması olduğu belirlenmiştir. Genel anlamda bakıldığında, aslında anlamlı ilişkiler bütünü olduğu ve bu doğrultuda çalışmanın sonuçlarının da anlamlı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.



Şekil 6. Temalara İlişkin Kod İlişki Matrisi

Şekil 6'da temalara ait matris tarayıcısı bulguları yer almaktadır. Bu bulgular temalar arasındaki ilişkilerin boyutları hakkında önemli bilgiler aktarmaktadır. Yani iki farklı temanın birlikte yorumlanması ile arasında ilişki olduğu varsayımına dayanmaktadır. Buna göre "Kültürel Yakınlık" temasının en çok ilişkili kullanıldığı temanın "Rekabet Gücü" olduğu görülmektedir. Yani kültürel yakınlık konusunun rekabette gücünde önemli bir değişken olduğu yorumu yapılabilir. Diğer yandan "Maliyet" temasının ise birlikte en sık kullanıldığı temanın ise "Hizmet Kalitesi" olduğu görülmektedir. Yine "Memnuniyet" teması ile birlikte "Hizmet Kalitesi" temasının sıklıkla tekrarlandığı tespit edilmiştir. Yani hizmet kalitesi aynı zamanda memnuniyetin oluşmasında ilişkili bir kavram olabileceği düşünülebilir. Diğer tema olan "Danışmanlık Hizmetleri" temasının ise "Memnuniyet" ve "Hizmet Kalitesi" ile ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. "Tavsiye" temasının ise yoğun olarak "Hizmet Kalitesi", "Memnuniyet" ve "Tedavi" temaları ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu duruma ilişkin katılımcı görüşmelerinden ifadelerinden örnekler alınmıştır:

turistlerin, bu deneyim ve tecrübelerini tanıdıkları insanlara aktarması sağlık turistlerin destinasyon tercihlerini etkilemektedir. Bu çalışmanın sonuçları da Arap sağlık turistlerinin önemli düzeyde tanıdık, akraba veya arkadaş tavsiyesi üzerine Türkiye'ye geldiklerini belirtmişlerdir.

Ayrıca dini ve kültürel faktörlerinin Arap sağlık turistlerinin Türkiye'yi tercihlerinde az az da olsa etkilediği sonucu elde edilmiştir. Arap sağlık turistleri destinasyon tercihlerini yaparken seyahat olanaklarının olması etkileyici bir rol oynadığı görülmektedir. Türkiye'nin önemli bir turizm destinasyonu olması, Sağlık turizmi için gelen Arap turistlerin destinasyon tercihinde etkili olmuştur. Hasta tercihini etkileyen faktörleri ülke ve kurum olmak üzere ikiye ayıran, Dökme (2019) tarafından yapılan çalışmada, ülke seçimi için sosyo ekonomik, politik, mevzuat ve aracı kuruluşlar etkiliyken, sağlık kurumu seçiminde ise, hizmet kalitesi, maliyet, iletişim, tanıtım ve teknoloji gibi faktörlerin yer alması çalışmamızda ulaşılan sonuçlar ile paraleldir.

Hastanelerin gelişmiş teknolojik donanımı, hizmet süresinin uzun olmaması, ayrıca hijyen ve uluslararası standartlara göre hareket etmesi sağlık turistlerin tercihini olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle teknolojik kabiliyet ve insan gücü bakımından hastane ve doktorların Arap sağlık turistlerinin Türkiye'yi ziyaret etmelerinde belirleyici olduğu bu çalışmanın önemli sonuçlarından biridir. Bostan ve Yalçın (2016) tarafından yapılan çalışmada elde edilen sonuçlar bu sonuçla benzerlikler göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen verilere göre Türkiye'nin hem dünyada hem bölgede önde gelen destinasyonlara karşı güçlü ve olumlu bir imaja sahip olduğu görülmektedir. Sağlık turizminde kaydedilen bu gelişim ile avantajların fırsata çevrilmesi ve eksiklerin giderilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, sağlık turizmi için üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri yasal düzenleme ve mevzuatlardır. Bu kapsamda, kamu otoriteleri ve sivil toplum örgütlerinin bir araya gelerek sağlık turizmi ile ilgili plan ve stratejileri belirlemeleri yararlı olur. Ayrıca, geniş çerçevede paydaş katılımlı bir örgütlenme ile destinasyonun tüm dinamiklerinin öneri ve beklentilerinin de dikkate alınması gerekir. Bu durum plan ve stratejilerin başarıya ulaşması ve Türkiye'nin bir sağlık turizmi destinasyonu olarak öne çıkmasına katkıda bulunur.

Türkiye'nin farklı turizm alternatifleri açısından güçlü bir alt yapıya sahip olması, sağlık turizmi için politikaların geliştirilmesi, olumlu bir turizm imajına sahip olması, akredite olmuş sağlık kuruluş sayısının ve termal kaynakların fazla olması, konaklama hizmeti veren otellerin doluluk oranının yüksek olması, sağlık turizmi alanında önemli fırsatlar sunarak sağlık turizmi pazarında yükselme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan ekonomik krizler, siyasi anlaşmazlıklar, salgın hastalıkları, savaş vb. olumsuz durumlara rağmen sağlık turistlerinin gelişlerini etkilemiş olduğu ancak bu durum istatistiklere bakıldığında sağlık turizmi talebine yönelik etkisinin diğer turizm çeşitlerine nazaran daha az olduğu söylenebilir. Sağlık turizminde politikaların geliştirilmesi, tanıtım ve reklam çalışmalarına daha ağırlık verilmesi, kalite standartlarına uygunluğun ve bu anlayışın acenteler tarafından sunulması olumlu sonuçlar doğuracağı söylenebilir.

Çalışmanın sonuçları sağlık turizmine ilişkin bazı yönetsel çıkarımlara kaynaklık etmektedir. Sağlık turizmi destinasyonları hizmet kalitesi-fiyat dengesini korumaya azami düzeyde özen göstermelidir. Bu konuyla ilgili kurulacak kamusal denetim mekanizmalarıyla aksaklıkların önüne geçilebilir. Bu bağlamda özellikle aracı role sahip acentaların manipülasyona dayalı yüksek fiyat politikalarının engellenmesi gerekmektedir. Nitekim sağlığın insanlar tarafından önemsenen bir durum olması bu düşünceye sebep olmaktadır.

Yaş ve emeklilik oranlarının artması, üçüncü yaş turizmine olan ilginin artmasını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, destinasyonlarda üçüncü yaş turizmi alanında sunulan hizmetlerin, diğer turizm ürünleri ile birleştirilerek paket şeklinde sunulması düzenlenebilir. Konuyla ilgili başarılı ve alanında öncü sağlık personelinin yanında, yaş psikolojisi ve sağlık turizm potansiyeli yüksek ülkelerin dillerini bilen personelin olması da önemlidir. Personelin nezaket, güler yüzlü ve ilgi odaklı olmaları hastaların memnuniyetini ve aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye etmelerine kaynaklık eder. Ayrıca, Kişi başına düşen turizm harcamasının yüksek olduğu Körfez ülkelerinden gelen turistlere yönelik pazar araştırması, tanıtım ve pazarlama çalışmalarına önem verilmelidir. Bu konuda sosyal medya ve internet sitelerinde kliniklerin hizmetlerinin erişimi kolay olduğundan, ilgili iletişim araçları pazarlama çalışmalarında kullanılabilir.

KAYNAKÇA

Ağaoğlu, F. O., Karagöz, N., & Zabun, S. (2019). Sağlık Turizmi Uygulamaları ve Türkiye'ye Getirilerine İlişkin Bir Değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 428-450.

Akdoğan, H. ve Hiçyorulmaz, E. (2018). Sağlık turizminin turizm faaliyetleri içerisindeki yeri ve önemi. *Usaysad Dergisi*, 4(2), 122 – 132.

Alp, G. (2021). Medikal turistler tarafından en çok tercih edilen medikal turizm destinasyonları ve karşılaştırmaları. *Journal of Travel and Tourism Research* 19, 47 – 79.

Batman, O. (2015). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. Değişim Yayınları. İstanbul.

Bostan, S., ve Yalçın, B. (2016). Sağlık turistlerinin medikal destinasyon seçimini etkileyen faktörler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 9 (43), 1729-1734.

Bulut, A., ve Şengül, H. (2019). Health tourism in turkey and the world. *Journal of Managment. Economy and Marketing Research*, 215 – 62.

Çakır, K. Ö., & Şengel, Ü. (2021). Uluslararası Ödüllendirme Programlarının Spa&Wellness Otellerinin Hizmet Kalitesindeki Rolü. *Journal of New Tourism Trends*, 2(1), 1-16.

Çifci, E., & Acet, H. (2021). Türkiye ekonomisinde turizm gelirlerinin seyri (2012-2020). *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, 1(2), 101-113.

Diñcer, M. Z., Çifçi, M., ve Karayılan, E. (2016). Gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a göre potansiyelinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 40 (1), 43-60.

Dökme, S. (2019). Medikal turizmde hasta tercihini etkileyen faktörler. *International Sciences Studies Journal*. 5(30), 825-831.

El Holi, A. S. (2000). Arap ülkelerinde sürdürülebilir turizm planlama ve geliştirme. *Kral Abdüaziz Üniversitesi Dergisi*, 14, 7.

El Şentef, E. (2021). *Factors affecting medical tourism destination selection. Field study on Arab patients*. Middle East University Amman, Jordan.

İndependent Türkçe, Türkiye 100 Milyar Dolarlık Küresel Sağlık Turizmi Pazarında Zirveyi Zorluyor: Arap Hastaların Yerini Avrupalılar Alıyor <https://www.indyturk.com/node/497676>
Erişim Tarihi: 05.11.2022

Kuckartz, U., ve Radiker, S. (2020). Maxqda ile açık uçlu anket sorularının analizi. *Maxqda Press*.

Naymi, K., ve Mansur, Y. (2006). *Suriye'de turizm aktivitelerini ölçülü yöntemler kullanarak analiz yöntemleri ile ilgili saha araştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). İktisat Fakültesi – Suriye

Somuncu, M. (2003). Turizmin kalkınmaya etkisi ve Türkiye turizmindeki bölgesel farklılıklar. *Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü*, Ankara. http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2015/08/semp4_16.pdf, Erişim Tarihi: 05.05.2023

Şehbaz, R. P., Akdu, U., ve Akdu, S. (2017). Türkiye'de medikal turizm uygulamaları: İstanbul ve Ankara örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt 15- Sayı 27, Haziran 2017: 278 – 279

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2021). Faaliyet Raporu. Ankara. https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/42666/0/2021-faaliyet_raporu.pdf?_tag1=A479EA3416AA5E001B71B4D2F670F3588B41D42C, Erişim Tarihi: 12.01.2023

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2022) Resmi İnternet Sitesi, <https://www.saglik.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 29.10.2022

TATO. (2022). Türk – Arap Turizm Organizasyon Derneği, <http://tato.org.tr/>Erişim Tarihi: 05.11.2022.

Tavakol, M., ve Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education*, 2, 53.

Turizm News, (2018). <https://www.turizmnews.com/arap-turistlerin-kisi-basi-harcamaları-2-bin-300-dolara-ulasti/13987/>. Erişim Tarihi: 23.05.2023.

Türkiye Strateji ve Bütçe Daire Başkanlığı. (2021). Resmi İnternet Sitesi, <http://www.sbb.gov.tr/>, Erişim Tarihi:22.10.2022.

TÜRSAB Sağlık Turizmi Raporu. (2022) TÜRSAB Sağlık Turizmi Raporu (Rapor No: TÜRSAB: 11430). Ankara

USHAŞ, 2022 (Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş), <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>, Erişim Tarihi: 30.10.2022

USHAŞ, Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>, Erişim Tarihi: 05.10.2022.

Ünal, A., & Demirel, G. (2011). Sağlık turizmi işletmelerinden yararlanan müşterilerin beklentilerinin belirlenmesine yönelik Bolu ilinde bir araştırma. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 1(1), 106-115.

Üstün, U., & Uslu, Y. D. (2022). Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 33, 344-353.

Yener, Ö., & Abdulkadir, G. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.

Yıldırım, H. H. ve Altunkaya, U. (2006). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Potansiyeli ve Güçlükler www.absaglik.com/24, Erişim Tarihi: 19.02.2012

Zengingönül, O., Emeę, H., İyilikęi, D. E., ve Bingl, P. (2012). Sağlık turizmi İstanbul'a yönelik bir değerlendirme. *Ekonomistler Platformu*. İstanbul Kalkınma Ajansı Raporu, No: İSTKA/2011/DFD-6